

MEMAHAMI LINGKUNGAN BISNIS MASA KINI KHUSUSNYA MEMAHAMI SISTEM BISNIS AMERIKA SERIKAT

Setia Budhi Wilardjo

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

Abstrak

Apa yang Anda bayangkan, ketika Anda mendengar kata bisnis? Apakah tersirat kesan tentang perusahaan besar seperti Shell Oil dan IBM? Ataukah perusahaan-perusahaan yang kurang berhasil, seperti Enron dan Kmart? Mungkinkah Anda teringat pada perusahaan-perusahaan lebih kecil seperti supermarket lokal atau restoran favorit di daerah Anda? Atau apakah Anda bahkan membayangkan bisnis keluarga kecil seperti bengkel mobil di sudut jalan, warung makan di lingkungan Anda, atau penjual bunga di ujung jalan?

Organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba disebut bisnis atau perusahaan. Sedangkan laba adalah selisih antara penerimaan dan biaya-biaya bisnis. Hak untuk mengejar laba membedakan bisnis dari organisasi-organisasi lain seperti universitas, rumah sakit, dan lembaga pemerintah, yang beroperasi dengan cara yang sama tetapi umumnya tidak mengejar laba.

Kita melihat pengalaman perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat seperti AOL, CNN, Enron, Ford, Shell Oil dan Time Warner dalam mengelola bisnis intinya yang ternyata tidak selalu berjalan dengan baik. Bisa terjadi adanya penyimpangan atau mengalami kesulitan dalam kegiatan bisnisnya.

Kata Kunci : Bisnis, Perusahaan, Laba, Evolusi Bisnis, Era Produksi, Era Pemasaran, Era Global, Sistem Ekonomi

PENDAHULUAN

Menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert (2007), semua organisasi itu disebut bisnis atau perusahaan – organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Tentu saja prospek mendapatkan laba – selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya bisnis – merupakan pendorong orang-orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Laba merupakan imbalan yang didapatkan pemilik bisnis dari risiko yang diambil sewaktu menginvestasikan uang dan waktu mereka. Hak untuk mengejar laba membedakan bisnis dari organisasi-organisasi lain seperti universitas, rumah sakit, dan lembaga pemerintah yang beroperasi dengan cara yang sama tetapi umumnya tidak mengejar laba.

Pilihan Konsumen dan Permintaan Konsumen

Dalam sistem kapitalistik, bisnis atau perusahaan didirikan untuk mendapatkan laba bagi pemilik. Pemilik bebas mendirikan bisnis yang baru, mengembangkan, menjualnya, atau menutupnya. Namun konsumen juga memiliki kebebasan untuk

memilih. Dalam mengejar laba, bisnis harus memperhitungkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen. Terlepas dari betapa pun efisiennya, sebuah bisnis tidak akan bertahan hidup jika tidak ada permintaan atas barang atau jasanya. Sebagai contoh, tidak akan ada toko alat pengangkut salju di Florida dan toko payung pantai di Alaska yang bisa sukses.

Wirausaha dan Kesempatan

Jika pelaku wirausaha dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi, ataupun cara yang lebih baik dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, mereka akan berhasil. Dengan kata lain, seseorang yang dapat menemukan peluang tersebut, punya peluang berhasil. Suatu peluang selalu mencakup barang atau jasa yang dibutuhkan dan atau diinginkan pelanggan – khususnya jika tidak ada yang memasoknya atau jika bisnis yang ada tidak dijalaninya secara efisien atau sempurna.

Kualitas Kehidupan

Bisnis memproduksi sebagian besar barang dan jasa yang kita konsumsi, dan mempekerjakan sebagian besar tenaga kerja. Mereka menciptakan banyak sekali inovasi dan peluang untuk bisnis baru lain sebagai pemasok mereka. Iklim bisnis yang sehat juga berkontribusi langsung pada mutu kehidupan dan standar hidup masyarakat. Teknologi baru, bisnis jasa, dan peluang-peluang internasional menjanjikan pertumbuhan produksi, konsumsi, dan peluang kerja yang tak terbatas. Laba perusahaan meningkatkan pendapatan jutaan pemilik dan pemegang saham, dan pajak atas bisnis membantu pendapatan pemerintah. Banyak bisnis juga menyokong kegiatan amal dan menyediakan kepemimpinan (*leadership*) di masyarakat. Namun, memang ada beberapa bisnis yang menyebabkan kerusakan lingkungan dan ada juga pemimpin perusahaan yang melakukan praktek-praktek yang tidak dibenarkan demi keuntungan pribadi.

EVOLUSI BISNIS DI AMERIKA SERIKAT

Panorama bisnis Amerika Serikat telah berkembang selama beberapa dasawarsa. Pandangan pada sejarah bisnis Amerika Serikat telah menunjukkan perkembangan dramatis dari usaha perseorangan menuju struktur korporasi yang rumit. Kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih terperinci dari perkembangan itu dengan cara menelusuri sejarahnya.

Sistem Pabrik dan Revolusi Industri

Hadirnya Revolusi Industri di pertengahan abad ke – 18 membuat revolusi manufaktur mengalami perubahan dramatis akibat adanya kemajuan teknologi dan perkembangan sistem pabrik. Sistem itu menggantikan ratusan pekerja rumahan yang memproduksi barang satu per satu, dengan mengumpulkan pekerja, bahan baku, dan mesin-mesin yang dibutuhkan ke satu lokasi untuk produksi massal.

Sistem pabrik mengurangi kebutuhan peralatan dan memungkinkan perusahaan-perusahaan membeli bahan baku dengan harga lebih murah melalui pembelian jumlah besar. Lebih penting lagi, hal itu mendorong spesialisasi tenaga kerja. Produksi massal menggantikan sistem di mana orang-orang yang sangat terampil melakukan semua tugas yang berbeda-beda untuk membuat satu jenis barang. Sebagai gantinya, sekelompok pekerja yang semi terampil masing-masingnya dilatih melakukan hanya satu tugas yang didukung mesin-mesin dan alat-alat khusus sehingga meningkatkan keluarannya (*output*).

Laissez-Faire dan Era Kewirausahaan

Walaupun terdapat sejumlah masalah selama abad ke-19, sistem perbankan Amerika Serikat mulai membawa bisnis domestik lepas dari pasar-pasar modal di Eropa. Selain itu, kemajuan-kemajuan transportasi – perjalanan kapal uap di sungai-sungai besar dan pembangunan jalur kereta api – menyebabkan alur perpindahan produk ke sejumlah pasar yang berjarak jauh menjadi mungkin dan ekonomis.

Hal penting lain pada waktu itu adalah munculnya banyak pengusaha (*entrepreneur*). Seperti di banyak negara lain, bisnis Amerika Serikat menekankan falsafah *laissez faire* – prinsip di mana pemerintah seharusnya tidak campur tangan dalam perekonomian, tetapi membiarkan fungsi bisnis berjalan tanpa kebijakan pemerintah dan sesuai dengan hukum-hukum “alami” – nya.

Keberanian mengambil risiko dan kewirausahaan menjadi ciri dari praktek-praktek agresif yang menciptakan beberapa perusahaan terbesar di Amerika Serikat (dan dunia). Sebagai contoh, selama paruh terakhir dasawarsa 1800-an, Andrew Carnegie mendirikan U.S Steel dan Andrew Mellon menciptakan Aluminium Company of America (Alcon), Morgan Guarantee and Trust milik J.P. Morgan tampil mendominasi sistem keuangan Amerika Serikat, dan Standard Oil dari John D. Rockefeller mengendalikan – sesungguhnya memonopoli – industri minyak. Namun para pengusaha

ini sering melihat dirinya tidak harus bertanggung jawab kepada siapapun (lihat www.entrepreneur.com).

Timbulnya perusahaan-perusahaan raksasa ini meningkatkan standar hidup nasional dan menjadikan Amerika Serikat sebagai kekuatan dunia. Tapi besarnya perusahaan-perusahaan itu mempersulit, bahkan tidak memungkinkan para pesaing memasuki pasar-pasar mereka. Kontrol pasar secara total menjadi semboyan diberbagai industri, dengan banyaknya perusahaan besar yang lebih memilih bergabung daripada bersaing. Pengaturan harga (*price fixing*) dan bentuk-bentuk manipulasi pasar lain menjadi praktek bisnis yang umum, sehingga para pengusaha besar sering berperilaku seperti “perampok ningrat”. Berbagai kritik dilancarkan sebagai reaksi melawan praktek usaha yang tidak etis dengan cara memberlakukan tindakan korektif dan akhirnya, penerapan undang-undang antitrust (*antitrust law*) dan penghentian praktek-praktek monopoli. Secara khusus, masyarakat menuntut akuntabilitas yang lebih besar dari perusahaan-perusahaan – akuntabilitas untuk dapat berperilaku dalam cara-cara yang tidak melanggar pihak lain.

Diantara undang-undang penting lain, Sherman Antitrust Act tahun 1890 dan Clayton Act tahun 1914 disahkan khususnya untuk membatasi praktek monopoli sebuah perusahaan. Undang-undang lain dikeluarkan untuk mengatur masalah perburuhan dan periklanan, dan ada undang-undang lain yang mencoba mengatur cara-cara perusahaan menangani urusan keuangan mereka. Legislasi undang-undang antitrust ini merupakan dasar dakwaan pemerintahan Amerika Serikat terhadap Microsoft Corporation pada tahun 1998.

Era Produksi

Konsep spesialisasi dan produksi massal dikembangkan lebih jauh pada awal abad ke-20, ketika banyak ahli organisasi bisnis membawa manajemen untuk berfokus pada proses produksi. Dengan mengacu pada saran yang diberikan oleh para ahli efisiensi, manajer mulai meningkatkan produksi dengan melakukan studi-studi ilmiah dan mendefinisikan “satu cara terbaik” untuk pekerjaan tersebut. Dikenal sebagai *Scientific Management*, pada awal 1900-an, model manajemen ini membuka jalan baru untuk era bisnis.

Era produksi ini mulai pada tahun 1913 ketika Henry Ford memperkenalkan lini perakitan bergerak. Fokus Ford terletak pada efisiensi manufaktur. Dengan mengadopsi tempat kerja yang tetap, meningkatkan spesialisasi tugas, menggunakan konsep scientific management, dan mengalihkan pekerjaan kepada pekerja, Ford secara dramatis meningkatkan produktivitas dan menurunkan harga. Akibatnya, Ford membuat harga mobil terjangkau untuk banyak orang (lihat www.ford.com).

Sayangnya pertumbuhan perusahaan maupun perbaikan output lini perakitan telah mengorbankan kebebasan pekerja. Dominasi perusahaan-perusahaan besar mempersulit individu-individu untuk menjalankan bisnis pribadi mereka sendiri. Pada beberapa kasus, kota-kota yang dikuasai sejumlah perusahaan hanya menyisakan sedikit kebebasan memilih bagi produknya, baik dalam memilih tempat bekerja maupun produk apa yang akan dibeli. Akuntabilitas bisnis kembali dipertanyakan dan tekanan-tekanan baru muncul untuk menuntun keseimbangan.

Kebutuhan akan akuntabilitas serta keseimbangan ini mempengaruhi hubungan pemerintah dan pekerja dengan bisnis. Sebagai contoh, era produksi menjadi solusi bangkitnya serikat pekerja dan pembentukan tawar-menawar kolektif. Selain itu, Masa Depresi tahun 1930-an dan Perang Dunia II mendorong pemerintah campur tangan dalam sistem perekonomian dalam tingkatan yang tak pernah diduga sebelumnya. Dewasa ini, dunia bisnis, pemerintah, dan tenaga kerja sering disebut oleh para ekonom dan politikus sebagai tiga *countervailing power* (kekuatan dengan keinginan yang bertolak belakang) dalam masyarakat. Walaupun semuanya besar dan kuat, tidak satu pun kekuatan ini memiliki dominasi penuh atas kekuatan lainnya.

Era Pemasaran

Seusai Perang Dunia II, permintaan barang-barang konsumen (consumer goods) yang terhambat akibat keterbatasan persediaan barang di masa perang, memicu pertumbuhan baru perekonomian Amerika Serikat. Meskipun terjadi beberapa resesi periodik singkat, dekade 1950-an dan 1960-an merupakan masa yang relatif makmur. Produksi terus meningkat, teknologi semakin maju, dan standar kehidupan pun meningkat. Selama era ini, berkembang filosofi bisnis baru: konsep pemasaran. Sebelumnya, bisnis pada dasarnya berorientasi pada produksi dan penjualan. Bisnis-bisnis cenderung memproduksi apa yang diproduksi bisnis lain, apa yang mereka pikir

diinginkan oleh pelanggan, atau hanya memproduksi apa yang ingin dibuat oleh para pemilik.

Akan tetapi, menurut konsep pemasaran, bisnis bermula dari pelanggan. Produsen barang atau jasa akan mulai dengan menetapkan apa yang pelanggan inginkan dan kemudian menyediakannya. Para pelaksana konsep pemasaran yang paling berhasil adalah perusahaan seperti Procter & Gamble (P&G) dan Anheuser-Busch. Perusahaan-perusahaan itu membebaskan para konsumennya untuk memilih sesuai kebutuhan mereka dengan menawarkan serangkaian produk untuk suatu pasar (misalnya, pasta gigi atau bir). Lebih lanjut lagi, mereka memiliki ketergantungan yang besar pada pemasaran serta periklanan untuk membantu membentuk kesadaran, preferensi, serta selera konsumen. Pandangan terhadap akuntabilitas bisnis juga mengalami perubahan seiring dengan kemajuan konsep pemasaran, dengan isu utama mengenai kebenaran dalam iklan, iklan yang ditujukan untuk anak-anak, dan sebagainya.

Era Global

Tahun 1980-an menjadi saksi kelanjutan kemajuan teknologi, komputer, sistem informasi, dan kemampuan alat komunikasi. Dekade tersebut juga menjadi saksi munculnya perekonomian global yang nyata. Konsumen di Amerika sekarang mengendarai mobil-mobil buatan Jepang, memakai baju hangat buatan Italia, dan mendengarkan CD player buatan Korea Selatan. Di seluruh dunia, orang-orang mengendarai Ford, minum Pepsi, memakai jeans Levi's, menggunakan komputer Dell, dan menonton film-film dan acara TV produksi Disney.

Globalisasi adalah fakta kehidupan bagi kebanyakan bisnis dewasa ini. Komunikasi dan transportasi yang semakin membaik, selain semakin efisiennya metode-metode internasional untuk pembiayaan, produksi, distribusi, serta pemasaran produk dan jasa, telah berpadu sehingga membuka kesempatan bagi dunia usaha meraih tempat pasar yang jauh.

Tak dapat disangkal lagi, banyak bisnis Amerika Serikat telah dirugikan oleh perusahaan asing. Akan tetapi, banyak perusahaan lainnya telah mendapatkan keuntungan dari kegiatan mencari pasar-pasar baru di luar negeri. Selain itu, persaingan internasional telah memaksa sebagian besar bisnis Amerika Serikat lebih banyak memotong biaya, meningkatkan efisiensi, dan memperbaiki kualitas. Dari pandangan

akuntabilitas, isu utama yang berhubungan dengan globalisasi mencakup hak pekerja yang bekerja di fasilitas produksi lepas pantai dan menyeimbangkan biaya dan keuntungan *outsourcing*.

Era Informasi

Perihal abad ini telah disertai era yang disebut sebagai era informasi, yang dipicu oleh maraknya penggunaan Internet. Penggunaan Internet di Amerika Utara tumbuh dari sekitar 100 pengguna per 1000 orang pada tahun 1995 menjadi 750 pengguna per 1000 orang pada tahun 2005. Akan tetapi, tingkat pertumbuhan pengguna Internet di Eropa Barat meningkat lebih cepat lagi, dan bahkan lebih signifikan lagi peningkatan yang terjadi untuk wilayah Asia-Pasifik. Bagaimana perkembangan Internet mempengaruhi dunia usaha ? Salah satu sebabnya adalah karena perkembangan Internet memberikan peningkatan dramatis dalam perdagangan di semua sektor perekonomian, terutama sektor jasa. Di samping mempermudah berkembangnya semua jenis perdagangan, Internet secara khusus mempermudah perdagangan jasa yang berskala internasional.

Internet juga membantu menyeimbangkan tingkat persaingan sampai batas tertentu – antara perusahaan besar dan perusahaan kecil, apapun produknya. Zaman dahulu, investasi dalam jumlah cukup besar dibutuhkan untuk dapat bersaing di suatu bidang industri dan kemudian mengembangkannya ke pasar asing. Sekarang, sebuah bisnis kecil di pusat Missouri, di selatan Italia, timur Malaysia, atau utara Brazil dapat membuat sebuah situs Internet dan bersaing dengan bisnis lain yang lebih besar di seluruh dunia. Terakhir, Internet dianggap potensial sebagai mekanisme koneksi jaringan yang efektif dan efisien. Jaringan *business-to-business*, misalnya, dapat menghubungkan sebuah perusahaan dengan penyedia barang, konsumen, maupun partner bisnis dalam cara yang lebih cepat dan mudah. Munculnya era informasi ini juga menyebabkan merebaknya isu akuntabilitas seperti hak kerahasiaan pribadi (*privacy*).

SISTEM EKONOMI DI BERBAGAI BELAHAN DUNIA

Bisnis Amerika Serikat sekarang ini memiliki banyak kesamaan dengan bisnis di negara lain. Namun, situasi dan kondisi bisnis antar negara berbeda-beda, terkadang berbeda tipis dan terkadang berbeda tipis dan terkadang pula sangat drastis. Bisnis Amerika Serikat dijalankan dengan cara berbeda dibandingkan bisnis di Prancis atau RRC. Dan tentu saja, bisnis di negara-negara itu berbeda dengan bisnis di Jepang atau Brazil. Faktor utama perbedaan-perbedaan itu adalah perbedaan sistem ekonomi negara

asal – negara dimana perusahaan berasal dan menjalankan sebagian besar bisnisnya. Sistem ekonomi merupakan sistem negara untuk mengalokasikan sumber daya antarwarga negaranya, baik individu maupun organisasi. Di bagian ini, kami akan menunjukkan perbedaan sistem ekonomi menurut kepemilikan dan/atau pengendalian terhadap sumber daya itu. Dalam hal ini, sumber daya sering disebut sebagai faktor produksi. Kita juga akan membahas sistem ekonomi beberapa negara lain.

Faktor-faktor Produksi

Perbedaan utama sistem ekonomi terletak pada cara sistem itu mengelola faktor-faktor produksi – sumber daya dasar yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa. Para ekonom sejak dahulu berfokus pada empat faktor produksi : tenaga kerja, modal, wirausahawan, dan sumber daya alam. Akan tetapi, perspektif yang lebih baru cenderung memperluas gagasan “sumber daya alam” dengan memasukkan pula semua sumber daya fisik. Selain empat faktor klasik itu, sumber daya informasi saat ini pun sering disertakan. Konsep tentang faktor produksi dapat juga diterapkan pada sumber daya yang dikelola organisasi untuk memproduksi barang dan jasa.

Tenaga Kerja

Orang-orang yang bekerja untuk bisnis adalah tenaga kerja. Sering juga disebut sebagai sumber daya manusia, tenaga kerja mencakup kontribusi orang-orang, baik secara fisik maupun intelektual, saat berlangsungnya proses produksi di dalam perekonomian. Sebagai contoh, Time Warner mempekerjakan sekitar 91.250 orang. Kegiatan operasional besar seperti itu membutuhkan berbagai macam tenaga kerja terampil, mulai dari penyusun piranti lunak, spesialis pemasaran, hingga analis finansial.

Modal

Untuk memperoleh dan menggunakan sumber daya material dan tenaga kerja diperlukan modal – dana yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan. Modal dibutuhkan baik untuk memulai bisnis maupun untuk menjaga perusahaan tersebut dapat tetap beroperasi dan tumbuh. Time Warner memerlukan jutaan dolar uang tunai (dan jutaan lagi dalam peralatan dan aset) untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Bagi kebanyakan bisnis yang lebih kecil, sumber utama modal adalah investasi pribadi yang dilakukan oleh pemilik. Investasi pribadi dapat berasal dari pengusaha individu, mitra

bisnis atau investor yang membeli saham mereka. Penerimaan dari penjualan produk merupakan sumber modal yang utama dan berkesinambungan sejak awal usaha.

Modal dapat mencakup nilai pasar dari saham perusahaan. Ketika America Online (AOL) membeli Time Warner sebesar \$106 miliar pada tahun 2001, transaksi itu melibatkan sedikit sekali uang tunai. Sebagian besar transaksinya ditangani melalui peralihan saham. Pagu kredit dari bank dan nilai pasar aktiva lancar (yang bisa cepat dan mudah dijual untuk mendapatkan uang tunai) juga merupakan bentuk modal (lihat www.aol.com).

Wirausahawan

Seorang wirausahawan adalah individu yang melihat peluang dan mau menanggung risiko yang timbul dari penciptaan dan pengoperasian sebuah bisnis baru. AOL diprakarsai oleh James Kimsey, yang memiliki keterampilan teknis yang diperlukan untuk memahami bagaimana Internet bekerja, memiliki kemampuan konseptual untuk melihat potensi masa depannya yang besar, dan juga memiliki kelihaian mengambil risiko untuk mempertaruhkan karier dan modalnya sendiri pada gagasan AOL. Baik Time Inc. maupun Warner Brothers Studio, dua perusahaan yang lebih tua yang kemudian bermerger menjadi Time Warner, semuanya dimulai pada tahun 1922 oleh beberapa wirausahawan yang menanggung risiko pribadi demi keberhasilan usaha baru mereka.

Pada tahun 2001, visi kewirausahaan para pemimpin AOL dan Time Warner melihat potensi manfaat dari merger kedua perusahaan tersebut. Kebanyakan sistem perekonomian mendorong para wirausahawan untuk memulai bisnis baru sekaligus mengambil keputusan yang menjadikan bisnis kecil menjadi bisnis besar, sehingga mampu masuk ke pasar baru.

Sumber Daya Fisik

Merupakan hal-hal berwujud yang digunakan organisasi dalam melaksanakan bisnis mereka. Sumber daya fisik meliputi sumber daya alam dan bahan baku, fasilitas perkantoran dan produksi; onderdil dan perlengkapan; komputer, serta peralatan lainnya. Time Warner misalnya, memerlukan tanah, bangunan, dan komputer. CD yang digunakan untuk mendistribusikan perangkat lunak dan musik, serta videotape dan DVD

untuk mendistribusikan film, dipasok oleh pabrik lain; sementara pengemasan menggunakan produk hasil hutan.

Sumber Daya Informasi

Produk barang-barang berwujud dulu pernah mendominasi sebagian besar sistem ekonomi, namun saat ini sumber daya informasi memainkan peranan penting. Bisnis ini sendiri sangat berpengaruh para prediksi pasar, orang-orang dengan keahlian dan pengetahuan tertentu, serta berbagai bentuk data ekonomi untuk mendukung pekerjaan mereka. Setelah AOL membeli Time Warner, perusahaan ini semula diberi nama AOL Time Warner. Namun informasi dari bagian riset pemasaran memberi masukan bahwa orang-orang merasa bingung dan memandang aneh dengan nama baru itu. Akibatnya, nama perusahaan diubah kembali menjadi Time Warner, yang lebih singkat (lihat www.timewarner.com).

Lebih lanjut lagi, yang dihasilkan perusahaan bukanlah sekedar penciptaan informasi baru namun juga pengemasan ulang informasi yang ada untuk pengguna baru. Time Warner tidak banyak memproduksi produk-produk berwujud (tangible). Akan tetapi, America Online menyediakan layanan online bagi jutaan pelanggan internet yang membayar biaya akses tiap bulan. Time Warner Entertainment memproduksi film dan program televisi. Anak perusahaannya, Time Broadcasting System, mengumpulkan informasi tentang peristiwa-peristiwa dunia dan kemudian mengirimkannya ke pelanggannya melalui Cable News Network (CNN). Sesungguhnya, Time Warner berada dalam bisnis informasi.

Jenis-jenis Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi yang berbeda mengelola faktor-faktor produksi dengan cara-cara yang berbeda pula. Pada beberapa sistem, kepemilikan faktor-faktor produksi bersifat pribadi; sedangkan di sistem lain, faktor produksi dimiliki dan dikontrol oleh pemerintah. Kebanyakan sistem berada diantara kedua sisi ini.

Sistem ekonomi juga dapat dibedakan berdasarkan cara pengambilan keputusan atas produksi dan alokasi. Perekonomian terpimpin, sebagai contoh, bergantung pada pemerintah pusat untuk mengendalikan semua atau sebagian faktor produksi, keputusan produksi, alokasi. Dalam perekonomian pasar, masing-masing pihak – produsen dan konsumen – mengendalikan keputusan produksi dan alokasi melalui penciptaan

kombinasi penawaran dan permintaan. Kita akan membahas masing-masing jenis perekonomian itu dan kemudian perekonomian pasar campuran (*mixed market*).

Perekonomian Terpimpin

Dua bentuk paling dasar perekonomian terpimpin adalah komunisme (dibahas disini) dan sosialisme (dibahas sebagai perekonomian pasar campuran). Seperti yang awalnya diajukan oleh seorang ekonom Jerman abad ke-19, Karl Marx, komunisme adalah suatu sistem di mana pemerintah memiliki dan mengoperasikan semua faktor produksi. Marx menggambarkan suatu masyarakat di mana setiap individu berkontribusi sesuai dengan kemampuan mereka dan menerima manfaat perekonomian sesuai dengan kebutuhan mereka. Ia juga mengharapkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi yang bersifat sementara: setelah masyarakat menjadi lebih dewasa, campur tangan pemerintah akan “melemah” dan para pekerja akan memiliki faktor-faktor produksi secara langsung.

Banyak negara Eropa Timur dan bekas Uni Sovyet menerapkan sistem komunis sampai tahun-tahun terakhir abad ke-20 ini. Kemudian di awal tahun 1990-an, negara-negara tersebut satu demi satu meninggalkan komunisme, baik sebagai sistem ekonomi maupun sistem politik. Saat ini Kuba, Korea Utara, Vietnam, dan RRC adalah beberapa negara yang masih menganut sistem komunis terbuka. Bahkan di negara-negara itu pun, sistem ekonomi terpimpin membuka kesempatan bagi bentuk-bentuk sistem perusahaan bebas.

Perekonomian Pasar

Pasar adalah mekanisme pertukaran barang dan jasa tertentu antara pembeli dan penjual. Seperti modal, istilah pasar dapat memiliki banyak arti. Perekonomian pasar mengandalkan kapitalisme dan perusahaan bebas menciptakan lingkungan di mana para produsen dan konsumen bebas menjual dan membeli apa yang mereka pilih dalam batas tertentu. Akibatnya, harga dan jumlah produksi suatu barang sebagian besar ditentukan oleh penawaran dan permintaan.

Untuk memahami bagaimana cara kerja perekonomian pasar, bayangkan apa yang terjadi ketika Anda pergi ke pasar buah untuk membeli apel. Anggaplah seorang pedagang menjual apelnya seharga \$1 per kg dan penjual lainnya memberi harga \$1,50. Kedua penjual bebas menerapkan berapa harga yang mereka inginkan, dan Anda bebas membeli apa yang Anda pilih. Jika apel kedua penjual tersebut sama kualitasnya, maka

pelanggan akan membeli yang lebih murah. Tetapi jika apel seharga \$1,50 lebih segar, maka Anda akan membelinya. Singkatnya, baik pembeli maupun penjual menikmati kebebasan menentukan pilihannya.

Pasar Input dan Pasar Output

Dalam pasar input, perusahaan membeli sumber daya dari rumah tangga yang menjadi pemasok sumber daya tersebut. Dalam pasar output, perusahaan menyediakan barang dan jasa sebagai tanggapan atas permintaan dari pihak rumah tangga.

Seperti yang dapat Anda lihat, aktivitas kedua pasar itu menciptakan alur melingkar/sirkuler (*circular flow*). Ford Motor Co., misalnya, bergantung pada berbagai jenis input. Perusahaan tersebut mengambil tenaga kerja langsung dari rumah tangga, yang dapat pula memasok modal dari tabungan mereka dalam bentuk pembelian saham Ford. Pola pembelian konsumen memberikan informasi kepada Ford ketika harus memutuskan model mana yang akan diproduksi dan model mana yang tidak. Sebaliknya, Ford menggunakan input dalam proses produksinya dan menjadi pemasok bagi rumah tangga ketika perusahaan itu merancang dan memproduksi berbagai model mobil, truk, dan SUV (*sport utility vehicle*) untuk kemudian menawarkannya kepada konsumen.

Kapitalisme

Sementara itu, orang bebas bekerja untuk Ford atau perusahaan lain dan melakukan investasi pada saham Ford atau menggunakan uangnya dimana saja, apakah menabung atau membeli produk-produk yang mereka perlukan dan inginkan. Di sisi lain, Ford dapat menciptakan kendaraan yang mereka inginkan dan menjualnya dengan harga yang mereka inginkan. Konsumen juga bebas membeli mobil dari Ford, Toyota, atau BMW. Proses ini sangat berlawanan dengan proses perekonomian terpimpin, perekonomian yang pekerjaanya ditentukan di mana mereka dapat atau tidak bekerja, perusahaan diberi tahu apa yang boleh dan tidak boleh mereka produksi, serta konsumennya hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak ada pilihan barang atau harga. Dasar politis dari proses pasar disebut kapitalisme, yang mendukung kepemilikan pribadi atas faktor-faktor produksi dan mendorong kewirausahaan dengan menawarkan laba sebagai insentif. Dasar ekonomi proses pasar, dalam hal ini, adalah hukum permintaan dan penawaran yang kita bahas dalam bagian berikut.

Perekonomian Pasar Campuran (Mixed Market)

Sesungguhnya tidak ada yang namanya perekonomian pasar “murni” dan “terpimpin murni.” Kebanyakan negara mengandalkan beberapa bentuk perekonomian pasar campuran yang menampilkan sifat-sifat baik perekonomian terpimpin maupun perekonomian pasar. Bahkan perekonomian pasar yang ingin sebebas dan seterbuka mungkin, seperti perekonomian Amerika Serikat, tetap membatasi kegiatan-kegiatan tertentu. Ada produk yang tidak dapat dijual secara legal, ada yang dapat dijual hanya kepada usia tertentu, iklan harus dapat dipercaya, dan seterusnya.

Privatisasi

Sebagian bekas negara bekas blok Timur telah menerapkan mekanisme pasar melalui proses yang disebut sebagai privatisasi – proses pengubahan perusahaan pemerintah menjadi perusahaan milik swasta. Pada tahun-tahun terakhir ini, praktek itu juga telah menyebar ke banyak negara lain. Sebagai contoh, sistem kantor pos di banyak negara biasanya dimiliki dan dikelola oleh pemerintah, namun Belanda baru-baru ini memulai proses privatisasi TNT Post Group N.V., salah satu kantor pos paling efisien di dunia. Kanada, baru-baru ini melakukan privatisasi sistem kendali lalu lintas udaranya. Pada tiap-tiap kasus, perusahaan baru tersebut mengurangi biaya upah, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sehingga dengan cepat meraih laba.

Sosialisme

Dalam sistem yang setengah terpimpin yang disebut sosialisme. Pemerintah memiliki dan menjalankan industri-industri besar tertentu. Dalam perekonomian pasar campuran seperti ini, pemerintah dapat mengendalikan perbankan, komunikasi, transportasi, dan industri-industri yang menghasilkan barang-barang kebutuhan dasar seperti minyak dan baja. Bisnis kecil seperti toko pakaian dan restoran merupakan bisnis milik pribadi. Banyak negara Eropa Barat, termasuk Inggris dan Perancis, mengizinkan operasi pasar bebas di sebagian besar bidang perekonomian, tetapi tetap mengendalikan bidang lain, seperti pelayanan kesehatan.

AKUNTABILITAS BISNIS

Penggelapan Megawatt untuk Kesenangan dan Keuntungan

Cerita mengenai kenaikan dan kejatuhan Enron memberikan pengalaman berharga mengenai unsur utama sistem perusahaan kapitalis – yaitu kebebasan memilih, penawaran, dan permintaan. Bagian dari cerita Enron ini bermula di negara bagian California. Seperti negara bagian yang lainnya, negara bagian California telah lama mengatur perusahaan penyedia sarana publik. Dalam hal ini, terdapat instansi produksi dan harga pasarannya. Secara tidak langsung terjadi pengawasan terhadap keuntungan yang didapat perusahaan. Pengaturan ini juga menyebabkan tidak terjadinya selisih besar antara permintaan dan persediaan. Jumlah energi yang diproduksi sesuai dengan permintaan masyarakat. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya alasan untuk memproduksi lebih dari jumlah yang bisa dijual dan negara bagian tidak akan memberi izin untuk memproduksi kurang dari itu. Peraturan negara bagian juga mewajibkan setiap konsumen membeli energi dari produsen lokal yang telah diberi ijin.

Tetapi di akhir tahun 1990-an, negara bagian California membuat kebijakan baru yang lebih longgar mengenai persediaan dan produksi dalam bisnis keperluan masyarakat. Perubahan pandangan tersebut disebabkan oleh persuasi yang dahsyat oleh perusahaan keperluan masyarakat yang besar, dimana perwakilan Enron dan lainnya meminta negara bagian melonggarkan aturan produksi dan penjualan listrik. Argumen mereka adalah bahwa kompetisi antar perusahaan penyedia listrik akan mendorong mereka memproduksi listrik secara efisien sehingga konsumen dapat memilih sendiri perusahaan penyedia listrik.

Di bawah sistem baru, *Independent System Operator* (ISO) adalah badan yang bertugas untuk menyesuaikan permintaan dengan produksi energi. Agen perantara ini membeli energi dari perusahaan seperti Enron, Dynergy, dan Calpine, dan kemudian menjualnya ke penjual listrik eceran seperti Pacific Gas & Electric. Pihak ISO akan membayar perusahaan penyedia listrik agar menjual kelebihan produksi energi mereka ke negara bagian lain bila terjadi kelebihan produksi. Sementara di pihak konsumen, konsumen dapat memilih membeli listrik dari pengecer yang mereka suka, berdasarkan harga, pelayanan yang diberikan, dan sebagainya.

Keutuhan sistem baru ini mengharuskan perusahaan energi besar yang terlibat beroperasi berdasarkan tanggung jawab kepada masyarakat dan berlaku adil. David Freeman, penasihat energi selama pemerintahan Gubernur Gray Davis, berpendapat bahwa “tidak pernah terbayangkan bahwa sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat

diperlakukan bak kasino. Kami berpikir bahwa tangan tidak tampak (*invisible hand*) Adam Smith tidak akan berbahaya.” Kesalahan lain negara bagian belum sepenuhnya membuat pasar bebas bagi listrik. Mereka hanya menciptakan berbagai aturan dan regulasi yang lebih membingungkan. Dalam beberapa hal aturan tersebut juga menjadi kedok bagi perusahaan untuk menyalahgunakan sistem baru. Bagaimanapun, dengan atau tanpa insentif tersebut, Enron dan perusahaan energi lainnya tetap menggunakan setiap kesempatan yang ada untuk mengeksploitasi aturan dengan bersembunyi di balik celah dan menghasilkan keuntungan besar.

Dua akal-akalan Enron yang paling terkenal diberi kode. Death Star dan Ricochet. Melalui Death Star, Enron memanfaatkan pengeluaran negara bagian dalam mengatur jaringan listriknya. Intinya, California membayar \$750 dolar per megawatt per jam untuk membujuk agar perusahaan energi tidak menyalurkan listrik ke jaringan listrik yang sudah penuh beban, terutama di jalur utara ke selatan. Untuk membuat jalur ini seperti kelebihan beban, Enron membuat pemesanan dan menjadwalkan sejumlah kiriman listrik yang sebenarnya tidak akan pernah dilakukan. Pada setiap kaus, Enron menerima uang dari negara bagian untuk membatalkan pengiriman yang sebenarnya tidak ada.

Ricochet dikenal sebagai “penggelapan megawatt.” Untuk melindungi konsumen dari penipuan harga yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tidak terawasi, California menentukan batas atas harga listrik. Namun harga tersebut hanya berlaku bagi listrik yang dibeli dan dikirimkan dalam jaringan listrik negara bagian ini. Enron mulai membeli listrik di California, yang kemudian dikirimkan ke negara bagian lain melalui jaringan listrik regional. Listrik tersebut kemudian berputar dan kembali lagi ke California. Maka terlihat seolah-olah listrik tersebut berasal dari luar California. Karena harga yang ditentukan oleh California tidak berlaku untuk listrik yang berasal dari luar negara bagian, Enron dapat menjual listrik tersebut di California dengan harga lebih tinggi.

Situasi menjadi semakin menakutkan pada akhir 2000. Diperlemah pola pasar yang rumit dan manipulasi Enron dan para penyedia energi lain, ISO negara bagian California tidak dapat lagi mengawasi perilaku perusahaan penyedia listrik dan akhirnya kontrol atas semua proses pun terabaikan. Musim dingin di Oregon dan Washington memaksa dua negara bagian tersebut untuk menyimpan kelebihan energinya sehingga

mengurangi pasokan listrik ke California. Sementara itu, Enron dan perusahaan penyedia energi lainnya juga menciptakan kekurangan energi di California dengan cara mengirimkan energi mereka ke pasar lain yang memiliki harga jual lebih tinggi. Pemadaman listrik semakin sering terjadi karena penawaran tidak dapat memenuhi jumlah permintaan (lihat www.enron.com).

SEKALI NAIK, AKAN TERUS NAIK

Papan di depan pom bensin Shell di Florida menggambarkannya dengan sangat baik. “Harga” tiga jenis minyak dituliskan semahal “lengan”, “kaki”, dan “anak pertama anda”. Walaupun tulisan tersebut membuat pengendara motor tersenyum, maknanya bukanlah sekedar lelucon. Hal ini terjadi karena sejak pertengahan tahun 2004, harga bensin di Amerika Serikat (AS) mencapai harga tertinggi, melebihi 2 dolar per galon. Walaupun harga bensin di Amerika Serikat (AS) sering berfluktuasi, kenaikan harga bensin pada tahun 2004 membuat konsumen, pemerintah, dan pemimpin bisnis berusaha keras mencari jawaban atas permasalahan tersebut (lihat www.shelloil.com).

Alasan harga bensin terus menerus naik merupakan gabungan dari penawaran, permintaan, dan tekanan global yang tidak seperti biasanya. Pada masa lalu harga bensin umumnya akan naik bila penawarannya terbatas; contohnya embargo negara-negara Arab terhadap AS untuk mengekspor bensin. Namun kenaikan harga minyak ini mendorong eksplorasi menemukan ladang minyak baru sehingga harga bensin kembali turun. Gangguan persediaan bensin akibat konflik politis di Venezuela, Nigeria dan Irak membuat penawaran berkurang sehingga harga bensin kembali naik.

Namun kondisi yang mendasari kenaikan harga bensin pada tahun 2004 merupakan masalah yang lebih kompleks. Pertama, persediaan minyak yang diproduksi Amerika terus menurun sejak tahun 1972. Ini terjadi karena beberapa ladang minyak dalam negeri hampir mengering, sedangkan di beberapa negara lain ditemukan sumber minyak baru. Dampaknya adalah penawaran minyak dunia yang bertambah lebih cepat dibandingkan penurunan penawaran minyak Amerika. Akibatnya, Amerika semakin bergantung pada produsen asing.

Kedua adalah permintaan bensin dalam negeri Amerika yang terus meningkat. Pertumbuhan penduduk, popularitas mobil SUV dan mobil besar boros bensin, serta permintaan akan produk berbahan dasar minyak lain (seperti plastik) memberikan

kontribusi terhadap peningkatan permintaan minyak. Sebagai contoh, pada tahun 2002 jumlah konsumsi bensin Amerika mencapai 7.191 juta barel minyak. Jumlah ini melebihi gabungan jumlah konsumsi minyak di Jerman, Rusia, Cina, dan Jepang. Begitu harga minyak meningkat muncul kekhawatiran akan terjadi kerusakan ekonomi yang besar. Seorang ahli mengatakan, "biaya energi yang lebih tinggi telah menyusup ke dalam setiap sudut dan celah ekonomi."

Bagian akhir dari teka-teki ini secara mengagetkan adalah lonjakan ekonomi global. Begitu satu per satu negara mulai membaik kondisinya sejak penurunan ekonomi global, permintaan akan minyak dan bensin juga melonjak. Makin banyak orang membeli mobil sehingga perusahaan kilang minyak bekerja keras untuk memenuhi permintaan konsumen. Cina, khususnya, merupakan konsumen utama minyak dunia.

Alih-alih penawaran yang kurang, tingginya permintaan global menjadi alasan utama lonjakan harga bensin di Amerika. Kenaikan harga minyak berdampak pada bermacam aspek. Di satu sisi, para produsen mobil berkomitmen membuat mobil hemat energi. Di sisi lain, kilang minyak dilaporkan mencetak keuntungan. Bahkan polisi lokal sibuk memerangi pencurian minyak yang tinggi.

APA YANG TERJADI KETIKA SUMUR MENGERING ?

Ketika peningkatan jangka pendek dari harga minyak dan gas menciptakan kekhawatiran di benak konsumen pada tahun 2004, pejabat pemerintah mengkhawatirkan hal yang lebih besar lagi. Permintaan global akan bensin yang meningkat telah memaksa para ahli melihat kenyataan pahit. Pasokan global untuk bahan bakar akan mencapai puncaknya dalam waktu dekat dan perlahan-lahan akan menurun. Tidak ada seorang pun yang dapat memastikan kapan hal ini akan terjadi, namun para ahli sepakat hal ini akan terjadi sebelum pertengahan abad ini.

Lalu apa yang akan dilakukan ? Hukum penawaran dan permintaan akan terus ada, namun dengan cara yang berbeda. Pertama, hanya karena ada penurunan pasokan minyak, tidak berarti minyak menghilang secara keseluruhan. Penurunan secara bertahap mungkin saja terjadi, namun minyak dan gas akan tetap tersedia setidaknya untuk satu abad lagi – Hanya harganya akan sangat tinggi. Kedua, dan penting, insentif pasar akan memaksa bisnis di manapun untuk menggantikan ketergantungannya pada minyak dan gas, untuk beralih pada sumber energi alternatif. Akibatnya perusahaan yang dapat

memproduksi energi alternatif akan bermunculan, dan mereka yang dapat menemukan energi pengganti akan mendapat keuntungan. Dan perusahaan-perusahaan yang dapat menemukan pengganti produk plastik dengan produk baru, yang tidak bergantung pada minyak, juga akan menemukan pembelinya.

KESIMPULAN

Bisnis adalah sebuah organisasi yang memproduksi atau menjual barang atau jasa untuk mendapatkan laba. Prospek mendapatkan laba yang merupakan selisih antara pendapatan dan pengeluaran bisnis – mendorong orang untuk membuka dan memperluas bisnis. Lalu mengubah pemilik untuk mengambil risiko yang tercakup dalam menginvestasikan sebagian besar barang dan jasa yang dikonsumsi orang dan memperkerjakan banyak orang.

Bentuk bisnis Amerika Serikat telah berevolusi selama beberapa abad ini. Sejarah dapat diuraikan dalam enam tahap atau era. Pertama, Sistem Pabrik dan Revolusi Industri. Kedua, Laissez-Faire dan Era Kewirausahaan. Ketiga, Era Produksi. Keempat, Era Pemasaran. Terakhir, Kelima, Era Global. Keenam, Era Informasi.

Sistem Ekonomi adalah sistem suatu negara untuk mengalokasikan sumber daya ke warga negaranya, baik perorangan maupun organisasi. Sistem Ekonomi berbeda dalam cara mereka mengatur lima faktor produksi. Pertama, sumber daya manusia. Kedua, modal. Ketiga, Wirausahawan. Keempat, Sumber Daya Fisik. Terakhir, Kelima, Sumber Daya Informasi.

Jenis Sistem Ekonomi secara garis besar dibagi tiga yaitu: 1. Perekonomian Terpimpin yang diajukan oleh Karl Marx dengan Sistem Komunisme, 2. Perekonomian Pasar dengan Sistem Kapitalisme dan 3. Perekonomian Pasar Campuran dengan menggabungkan Sistem Privatisasi dengan Sistem Sosialisme.

Dalam berbisnis tidak boleh melakukan akal-akalan atau berbagai kecurangan yang menguntungkan diri sendiri dan merugikan pihak lain. Sedangkan dalam berbisnis menggunakan bahan bakar perlu berhati-hati dalam penggunaannya karena jumlah yang terbatas dan kemungkinan akan habis dalam satu dekade kedepan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur O'Sullivan and Steven M. Sheffrin, 2003. **Economics: Principle in Actions**, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Bannock, Graham et al., 1997. **Dictionary of Economics**, Penguin Books.
- Ben Bernanke, 2000. **Essays on the Great Depression**, Princeton University Press.
- Bhagwati, Jagdish, 2004. **In Defense of Globalization**, Oxford, New York: Oxford University Press.
- David W. Conklin, 1991. **Comparative Economic Systems**, Cambridge University Press.
- Frank Bourgin. **The Great Challenge: The Myth of Laissez-Faire in the Early Republic** (George Braziller Inc., 1989; Harper & Row, 1990).
- Frederick W. Taylor, 1911. **The Scientific Management**, New York, NY, USA and London, UK: Harper & Brothers.
- Internet. [Oxford English Dictionary](#) (Draft ed.). March 2009. Retrieved 2010-10-26. "Shortened < INTERNETWORK n., perhaps influenced by similar words in -net".
- [John Maynard Keynes, \(1926\). The End of Laissez-Faire](#)
- Karl E. Case and Ray C. Fair, 2009. **Principles of Economics**, Seventh Edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Milgate, Murray, 1987. **Goods and Commodities**, [The New Palgrave: A Dictionary of Economics](#).
- Richard Bonney, 1995. **Economic Systems and State Finance**.
- Ricky W. Griffin and Ronald J. Ebert, 2007. **Bisnis**, Edisi Kedelapan, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- [Robert L. Heilbroner](#) and Peter J. Boettke, 2007. **Economic Systems**, The New Encyclopedia Britannica.
- Ruth Schwartz Cowan, 1997. **A Social History of American Technology**, New York: Oxford University Press.
- Sheila L. Croucher, 2004. **Globalization and Belonging: The Politics of Identity in a Changing World**, Rowman & Littlefield.
- www.aol.com
- www.enron.com
- www.entrepreneur.com
- www.ford.com
- www.shelloil.com
- www.timewarner.com